

Comunicare
Comunicación en acción
TEATRO JUAREZ
51
Festival Internacional Cervantino
Publicidad Multiculturalidad
Jimena Ramirez Prieto
La multiculturalidad en el periodismo
María Ximena Vazquez Vazquez
La multiculturalidad en Youtube
Adrian Trejo Herrera



TEATRO JUÁREZ
51
FESTIVAL INTERNACIONAL CERVANTINO
TEATRO JUÁREZ
51
FESTIVAL INTERNACIONAL CERVANTINO
51
FESTIVAL INTERNACIONAL CERVANTINO
ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA
Y SONORA
@cervantino

# Contenido

## Editorial

Multiculturalidad ¿Cómo es que hemos adoptado palabras de otros países?

Por Saira Lizeth Cisneros Rocha

**La representación multicultural en el cine actual**

Por Andrés Quintal Mora

La multiculturalidad en youtube

Por Adrian  Trejo Herrera

**Publicidad Multicultural**

*Estrategias efectivas*

Por Jimena Ramírez Prieto

**La Multiculturalidad en el Periodismo: Narrativas Globales**

Por María Ximena Vázquez Vázquez

**Multiculturalidad en el Maquillaje:**

**Celebrando la Diversidad en la Sociedad**

Por Nicole Duhart Vidal

**La Multiculturalidad en el FIC**
Por Fernando Ulises Galán Quintanilla

Directorio

Coordinación General

M.E. Emilia del Carmen Nava Luna

Corrección de estilo Saira Lizeth Cisneros Rocha

Andrés Quintal Mora

Redacción Saira Lizetch Cisneros Rocha

Nicole Duhart Vidal Fernando

Ulises Galán Quintanilla

Andrés Quintal Mora

Jimena Ramírez Prieto

Adrián Trejo Herrrera

Fotografia Fernando Ulises Galán Quintanilla Adrián Trejo Herrrera

Diseño editorial

M. E. Emilia del Carmen Nava Luna

Revista Comunicare derechos de autor y derechos conexos, año 1, No. 2, Diciembre- Mayo 2023, es una publicación semestral elaborada por estudiantes de la carrera de comunicación y relaciones públicas, fecha de última modificación: 5 de diciembre de 2023

# Editorial

El segundo número de la revista, es un poco caótico, quizás no tiene la misma estructura que la anterior y sobre todo la investigación detallada que se presentó en la primera; esto derivado de que los chicos en su afán de aprender, conocer y experimentar quisieron realizar por ellos la redacción de sus textos sin guía alguna, lo que es loable para quienes, en su etapa de estudios, desean superarse a sí mismos. De igual forma quieren con estos textos, acercarse más a todo tipo de público para que el conocimiento sea de todos y no sólo de unos cuantos.

En lo personal, la editorial solamente va como un aplauso y una manera de alentarlos a seguir adelante, de buscar el perfeccionamiento personal y profesional para que no decaigan en el camino hacía el éxito.

Como coordinadora, me limito a seguirles instándolos a crecer , a experimentar en las áreas laborales que puedan tener y felicitarlos por el esfuerzo realizado durante el semestre que nos atañe.

Por último, quiero volver a invitar a los lectores al tercer número de la revista a presentarse en mayo del próximo año cuya temática central será: “la comunicación política” . Abrimos pues, de nueva cuenta, las páginas de nuestra revista para que no sólo nosotros seamos partícipes de ella, sino que vengan muchos comunicólogos más a sumarse a la red de conocimiento sobre comunicación que queremos fomentar.

M.E. Emilia del Carmen Nava Luna

Guanajuato, Guanajuato, diciembre de 2023

# Multiculturalidad ¿Cómo es que hemos adoptado palabras de otros países?

Por Saira Lizeth Cisneros Rocha

Los mexicanos, al igual que muchas otras culturas, han adoptado palabras de otros países a lo largo de su historia debido a diversos factores como la influencia cultural, migración, intercambio comercial y la difusión de medios de comunicación. México es un país multicultural y diverso, lo que ha llevado a la incorporación de términos de distintos idiomas en el vocabulario mexicano. Muchas palabras y expresiones españolas se incorporaron al lenguaje mexicano. Además. los mexicanos han adoptado palabras y expresiones de otros idiomas como el inglés, francés, náhuatl, indígena entre otros.

Esta adopción de palabras de otros países no solo ocurre en México, sino en muchas partes del mundo, ya que la evolución de los idiomas es un proceso natural que refleja los cambios sociales y culturales.

En México, al igual que en muchos otros países, se utilizan palabras en inglés en la vida diaria por varias razones. Una de ellas es a influencia de la cultura estadounidense ya sea a través de la música el cine, la televisión o la tecnología, lo que ha llevado a la adopción de ciertos términos en inglés. Además, el uso de palabras en ingles en el ámbito laboral y empresarial es común, especialmente en sectores como la tecnología, la mercadotecnia y los negocios internacionales. estos términos a menudo se utilizan para transmitir una idea de modernidad.

También es importante mencionar que el inglés es considerado el idioma universal de los negocios y el turismo, por lo que muchas veces se utilizan términos en inglés para facilitar la comunicación con personas de otros países. Sin embargo, es importante encontrar un equilibrio para preservar el uso y la riqueza del idioma español, manteniendo vivas nuestras palabras y expresiones tradicionales.

La adopción de palabras en ingles en la cultura mexicana ha sido un fenómeno interesante y constante a lo largo de los años. Esto se debe en gran medida a la influencia de la cultura estadounidense en México. a través de la música. el cine, televisión y la globalización en general.

Muchas veces. las palabras son adoptadas porque no ha un equivalente exacto en el español porque representan una idea o concepto que se percibe como más moderno o sonsacado. Algunos ejemplos comunes de palabras en ingles que se han adoptado en la cultura mexicana son "cool", "OK", "selfie", "hashtags", "marketing", "shopping", entre otros. Estas palabras se utilizan cotidianamente en el lenguaje coloquial y son ampliamente entendidas por la mayoría de la población.

Es importante destacar que esta adopción no implica una sustitución del español, sino que forma parte de la riqueza y diversidad cultural de México. Es común mezclar palabras en inglés con español en una misma conversación. creando así una forma única de comunicación que refleja la influencia cultura en constante evolución. La adopción de palabras de otras culturas en nuestro idioma natal puede tener varios beneficios como el que enriquece nuestro vocabulario v nos permite expresar ideas y conceptos que quizás no existían anteriormente en nuestro idioma. esto puede ampliar nuestras capacidades comunicativas y facilitar la expresión de ideas complejas. Además, la adopción de palabras de otras culturas promueve la diversidad cultural y el respeto hacia otras formas de vida y de pensamiento. Nos ayuda a reconocer y apreciar las interconexiones entre culturas y a fomentar la colaboración y el intercambio de conocimientos.

Otra de las razones sumamente importantes del por qué vamos adoptando palabras es la migración la migración puede tener un impacto en la adopción de palabras de diferentes maneras porque la migración implica el movimiento de personas y junto con ellas, se llevan consigo su cultura, experiencia el lenguaje. Esto puede influir en la adopción de nuevas palabras en una sociedad receptora.

En primer lugar, la migración puede introducir nuevas palabras y términos en el idioma de destino. Los migrantes pueden traer consigo palabras de su idioma nativo que pueden ser adoptadas por la comunidad local. Estas palabras pueden cubrir conceptos o expresiones que no existían previamente en la lengua receptora. En segundo lugar, la migración puede provocar la mezcla y el enriquecimiento de diferentes dialectos y lenguajes.

Cuando diferentes grupos de migrantes se encuentran en un nuevo entorno pueden surgir nuevas formas de lenguaje que combinan elementos de múltiples idiomas, la adopción de palabras puede darse a través de préstamos lingüísticos donde se toman palabras de un idioma y se integran con otro además la migración no sólo afecta el vocabulario sino también las expresiones y las formas de comunicación los migrantes pueden aportar modismos, frases hechas que pueden enriquecer la forma de hablar de la comunidad receptora en resumen la migración puede tener un impacto sig-

nificativo en la adopción de palabras y en la evolución del lenguaje en una sociedad receptora ya que puede introducir nuevas palabras y enriquecer el vocabulario existente y dar lugar a la aparición de nuevas formas de comunicaciones lingüísticas.

Un claro ejemplo de esto podría ser a las personas que se les llama pochos porque es un término coloquial en algunos países como México y algunos lugares de América latina. Ya que se utiliza comúnmente para referirse a personas de ascendencia mexicana o latina que viven en los Estados Unidos y que han adoptado ciertos aspectos de la cultura estadounidense algunas interpretaciones sugieren que el término se originó como una forma despectiva de referirse a estas personas pero con el tiempo ha evolucionado y puede ser utilizado tanto de forma neutral como negativa dependiendo del contexto y la intención de quien lo use es importante destacar que el uso de este término puede variar y no todos se sienten cómodos con él es importante ser respetuoso y tener en cuenta las posibles implicaciones y sensibilidades culturales relacionadas con el uso de ciertos términos. A estas personas se les empezó a considerar así ya que empezaron a mezclar palabras de otras culturas y se han tenido que ir adaptando al lugar nuevo que pertenecen.


ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA
51
GUANAJUATO MX
CUÉNTANOS TU EXPERIENCIA
COMPLETA NUESTRA ENCUESTA A TRAVÉS DEL SIGUIENTE QR
¡Y GANA UN PREMIO!

# La representación multicultural en el cine actual

Por Andrés Quintal Mora

## *Introducción*

El cine contemporáneo se erige como un escenario vibrante donde las fronteras culturales se desdibujan, y la diversidad se celebra como un componente integral de las narrativas. La multiculturalidad en el cine actual no solo refleja la creciente interconexión global, sino que también desafía y enriquece las perspectivas tradicionales.

## *Un Vistazo Histórico*

Para entender la actualidad, es esencial echar un vistazo a la evolución histórica del cine multicultural. Aunque la representación diversa ha sido un desafío constante, en las últimas décadas hemos sido testigos de un cambio significativo. La década de 1990, por ejemplo, marcó un punto de inflexión con películas como "Mi Familia" (1995), dirigida por Gregory Nava, que exploraba la experiencia de una familia mexicano-americana.

La evolución histórica de la multiculturalidad en el cine ha estado marcada por cambios significativos en la representación y la percepción de diversas culturas. A medida que el séptimo arte ha evolucionado, las narrativas cinematográficas han pasado de ser predominantemente eurocéntricas a abrazar y explorar una gama más amplia de experiencias culturales. Durante la denominada "Época Dorada de Hollywood" (1920-1960), la representación en el cine estaba fuertemente sesgada hacia una perspectiva eurocéntrica. Las películas reflejaban principalmente la realidad de la sociedad estadounidense dominada por comunidades blancas, con roles estereotipados para personajes de diferentes etnias. Sin embargo, a medida que las décadas avanzaban, surgieron cineastas que desafiaron estas normas, abriendo paso a una representación más diversa.

En la década de 1960, la "Nueva Ola del Cine Negro" emergió como una respuesta a la falta de representación significativa de la comunidad afroamericana en el cine. Películas como "Guess Who's Coming to Dinner" (1967), dirigida por Stanley Kramer, abordaron temas de interracialidad, desafiando las convenciones establecidas y planteando preguntas importantes sobre la igualdad ra-

cial.

En la década de 1980, el cine chicano comenzó a florecer, explorando la identidad y las experiencias de los mexicano-americanos. "La Bamba" (1987), dirigida por Luis Valdez, es un ejemplo destacado que narra la vida del músico Ritchie Valens y ofrece una visión auténtica de la cultura chicana en los Estados Unidos.

En las décadas de 1980 y 1990, cineastas asiáticos como Ang Lee y John Woo comenzaron a ganar reconocimiento internacional. Películas como "Comer, Beber, Amar" (1994) de Ang Lee y "Hard Boiled" (1992) de John Woo contribuyeron a desafiar estereotipos y ofrecieron perspectivas auténticas de las culturas asiáticas.

### *La Actualidad: Un Mosaico Cinematográfico*

En el cine contemporáneo, la multiculturalidad ha adquirido una relevancia sin precedentes, transformando la narrativa cinematográfica y desafiando las normas establecidas. Este mosaico cinematográfico diverso no solo refleja la realidad global, sino que también destaca la importancia de contar historias auténticas que resuenen con audiencias de diversas culturas.

Un ejemplo destacado es "Parásitos" (2019), dirigida por Bong Joon-ho, que rompió barreras al convertirse en la primera película surcoreana en ganar el premio a la Mejor Película en los Premios de la Academia. La película no solo ofrece una perspectiva única sobre las disparidades sociales en Corea del Sur, sino que también trasciende las barreras culturales, resonando globalmente. Otro ejemplo es la película "Coco" (2017) de Pixar, que celebra la cultura mexicana y la festividad del Día de los Muertos. La película logra un equilibro entre la autenticidad cultural y la accesibilidad global, demostrando que la multiculturalidad no solo es posible, sino también comercialmente exitosa.

Películas como "Roma" (2018), dirigida por Alfonso Cuarón, exploran la complejidad de la identidad cultural mexicana y ofrecen una ventana a la vida de una empleada doméstica indígena. Estas narrativas no solo educan al público sobre realidades a menudo pasadas por alto, sino que también fomentan la empatía y la comprensión entre culturas.

La multiculturalidad en el cine contemporáneo no se limita a representaciones superficiales. Películas como "The Farewell" (2019), dirigida por Lulu Wang, desafían estereotipos al contar historias universales con un enfoque cultural específico. En este caso, la película explora las complejidades de la familia y la mentira piadosa en la cultura china-americana.

Además, la globalización de la industria cinematográfica ha permitido que películas de diferentes partes del mundo trasciendan barreras lingüísticas y culturales, conectando a audiencias globales a través de la experiencia compartida del cine.

La multiculturalidad en el cine contemporáneo no solo se trata de la representación en pantalla, sino que también tiene un impacto en la conciencia social. Películas como "Moonlight" (2016), dirigida por Barry Jenkins, exploran temas de raza, sexualidad y masculinidad, contribuyendo a conversaciones más amplias sobre la diversidad y la inclusión.

La creciente importancia de la multiculturalidad se refleja también en la escena de premiaciones. La diversidad de géneros, culturas y perspectivas se ha traducido en reconocimientos significativos en eventos como los Premios de la Academia. La consagración de películas como "Slumdog Millionaire" (2008) y "Parásitos" (2019) no sólo destaca la calidad cinematográfica, sino también la creciente apertura hacia historias diversas y auténticas.

La multiculturalidad no sólo es un tema artístico, sino también comercial. La industria del cine ha reconocido la creciente demanda de historias que representen la diversidad global. Películas como "Black Panther" (2018) no solo se convirtieron en éxitos de taquilla, sino que también demostraron la capacidad de las narrativas diversas para atraer audiencias masivas y generar un impacto cultural duradero.

## *Desafíos y Oportunidades*

A pesar de los avances, el cine multicultural actual enfrenta desafíos persistentes. La representación estereotipada y la falta de oportunidades para creadores de diversas culturas son preocupaciones críticas que deben abordarse. Sin embargo, también hay oportunidades emergentes para contar historias auténticas y diversas, impulsadas por la creciente demanda

de audiencias que buscan experiencias cinematográficas más inclusivas.

### *Desafíos Persistentes*

1. Estereotipos Culturales: A pesar de los avances, la persistencia de estereotipos culturales sigue siendo un desafío. Algunas películas aún caen en la trampa de presentar representaciones simplificadas y prejuiciosas de ciertas culturas, perpetuando ideas erróneas y limitadas.

2. Acceso Limitado a Recursos: Cineastas de culturas menos representadas a menudo enfrentan desafíos para acceder a los mismos recursos que sus contrapartes más privilegiadas. Esto limita la producción de películas que reflejen la diversidad de experiencias y perspectivas.

### *Oportunidades Emergentes*

1. Voces Independientes y Plataformas Digitales: La proliferación de plataformas de streaming y la accesibilidad de la tecnología han allanado el camino para cineastas independientes de diversas culturas. Las plataformas digitales proporcionan una vitrina global para voces que anteriormente podrían haber sido marginadas por las estructuras cinematográficas convencionales.

2. Audiencias Conscientes: Las audiencias modernas son cada vez más conscientes de la importancia de la representación auténtica y diversa en el cine. Este cambio en la demanda impulsa a la industria a buscar y respaldar historias que reflejen una gama más amplia de experiencias culturales.

3. Iniciativas de Diversidad en la Industria: Muchas industrias cinematográficas están respondiendo a la llamada de la diversidad con iniciativas concretas. programas de mentoría, becas y festivales centrados en la diversidad están surgiendo para apoyar y fomentar el talento emergente de diversas culturas.

4. Colaboraciones Internacionales: La colaboración entre cineastas de diferentes partes del mundo se está convirtiendo en una norma. Proyectos que involucran a equipos internacionales no solo enriquecen las narrativas, sino que también ofrecen una oportunidad para el intercambio cultural y la comprensión mutua.

## *Conclusiones*

Abordar estos desafíos y aprovechar las oportunidades emergentes es crucial para construir una industria cinematográfica verdaderamente multicultural y equitativa. La conciencia, la acción colectiva y el apoyo continuo a voces diversas son elementos clave en el camino hacia un cine que celebre la autenticidad, promueva la comprensión global y refleje la complejidad de nuestra sociedad multicultural.

En el cine actual, la multiculturalidad no es simplemente una tendencia, sino una realidad intrínseca. La diversidad cultural no solo se celebra en la pantalla, sino que también impulsa la creatividad y la innovación en la industria cinematográfica. Sin embargo, aún queda trabajo por hacer para garantizar una representación justa y equitativa. A medida que avanzamos, es esencial continuar apoyando y promoviendo voces diversas, asegurando que el cine refleje verdaderamente la riqueza y complejidad de nuestro mundo multicultural.

# La multiculturalidad en youtube

Por Adrian Trejo Herrera

La multiculturalidad en YouTube se debe a una serie de factores como:

- Acceso global a Internet: YouTube es una plataforma en línea accesible en todo el mundo. Esto permite que personas de diferentes culturas y regiones compartan sus contenidos y perspectivas, lo que naturalmente da lugar a una diversidad multicultural.
- Facilidad de creación de contenido: YouTube ha democratizado la creación de contenido audiovisual. Cualquier persona con una cámara y acceso a Internet puede crear y compartir videos. Esto significa que personas de diversas culturas pueden expresarse y compartir sus experiencias de vida de manera creativa.
- Comunidad global: YouTube fomenta la interacción y el diálogo entre creadores y espectadores a nivel mundial. Los comentarios, las redes sociales y las colaboraciones entre creadores de diferentes países promueven la multiculturalidad y la comprensión intercultural.
- Contenido culturalmente relevante: Los creadores a menudo producen contenido relacionado con su cultura, tradiciones y experiencias personales. Esto atrae a audiencias interesadas en aprender sobre otras culturas y promueve la diversidad cultural en la plataforma.
- Algoritmos de recomendación: YouTube utiliza algoritmos para recomendar contenido a los usuarios. Estos algoritmos pueden exponer a los usuarios a videos de diferentes culturas y perspectivas, lo que contribuye a la multiculturalidad en la plataforma.

La multiculturalidad en YouTube surge de la accesibilidad global de la plataforma, la facilidad para crear contenido, la interacción entre creadores y espectadores de diferentes culturas, la producción de contenido culturalmente relevante y los algoritmos de recomendación que exponen a los usuarios a diversidad de contenidos.

La multiculturalidad en YouTube es un fenómeno fascinante que ha transformado la forma en que las personas de todo el mundo se conectan, comparten y consumen contenido en línea. Como comunicólogo, puedo destacar varios aspectos importantes de este tema:

- Diversidad de creadores: YouTube ha dado voz a una amplia gama de creadores de

diferentes orígenes étnicos, culturales y lingüísticos. Esto ha permitido que personas de todo el mundo compartan sus perspectivas únicas y cuenten sus historias personales. Desde blogs de viajes que exploran diferentes culturas hasta canales que promueven la comida tradicional de diversos países, la diversidad de contenido es asombrosa.

- Globalización y alcance global: La plataforma ha permitido que los creadores alcancen audiencias internacionales sin precedentes. Los videos pueden ser vistos por personas de diferentes rincones del mundo, lo que fomenta la comprensión intercultural y la apreciación de diversas formas de vida.
- Fusión de culturas: Muchos creadores de YouTube han adoptado un enfoque intercultural, fusionando elementos de diferentes culturas en su contenido. Esto puede verse en la música, la moda, la cocina y otros campos creativos. Estas fusiones a menudo promueven el entendimiento y la apreciación de diversas tradiciones.
- Comunidad multicultural: YouTube ha creado comunidades en línea en las que las personas pueden conectarse y relacionarse con otros que comparten sus intereses culturales. Los comentarios y foros de discusión permiten un diálogo intercultural, lo que puede llevar a una mayor tolerancia y respeto entre las comunidades en línea.
- Desafíos y problemas: A pesar de sus beneficios, la multiculturalidad en YouTube también enfrenta desafíos, como la apropiación cultural y la discriminación en línea. Los debates sobre la autenticidad cultural y la representación adecuada son temas importantes que se discuten en la plataforma.

La multiculturalidad en YouTube es un reflejo de la diversidad del mundo actual. Como comunicólogo, es emocionante observar cómo esta plataforma ha democratizado la comunicación y ha permitido que las voces de diferentes culturas y comunidades sean escuchadas en todo el mundo. Sin embargo, también e idiomas. Esto amplía la diversidad de contenido disponible para la audiencia global de YouTube..

Colaboraciones ints importante abordar los desafíos y trabajar hacia un ambiente en línea más inclusivo y respetuoso.

La multiculturalidad en YouTube se manifiesta de diversas formas:

- Contenido diverso: YouTube es un espacio donde creadores de todo el mundo comparten sus perspectivas culturales únicas. Puedes encontrar canales que tratan temas variados, desde cocina étnica y tradiciones culturales hasta música, baile y moda de

diferentes partes del mundo.

- Creadores internacionales: Muchos YouTubers populares provienen de países diversos y hablan diferentes erculturales: Los YouTubers a menudo colaboran entre sí, incluso si están en diferentes partes del mundo. Estas colaboraciones pueden ayudar a difundir ideas y perspectivas de diferentes culturas.
- Comunidad global: Los comentarios y las redes sociales relacionadas con los canales de YouTube brindan oportunidades para la interacción y el diálogo entre personas de diferentes culturas. Los espectadores pueden compartir sus experiencias y opiniones en un entorno multicultural.
- Celebración de festividades y eventos culturales: En YouTube, es común encontrar contenido relacionado con festividades y eventos de diferentes culturas. Esto ayuda a promover la comprensión y el respeto por las tradiciones de todo el mundo.
- Traducción y subtítulos: Muchos creadores ofrecen subtítulos en varios idiomas para hacer su contenido accesible a una audiencia más amplia, lo que fomenta la inclusión multicultural.
- Plataforma global: YouTube es una plataforma global que permite a las personas de todo el mundo acceder a contenido de diversas culturas, lo que contribuye a la difusión de la multiculturalidad y la comprensión intercultural.

En resumen, YouTube es un espacio en línea donde la multiculturalidad se manifiesta a través de la diversidad de contenido, la presencia de creadores de diferentes partes del mundo y la interacción entre audiencias de diversas culturas. Esto crea oportunidades para aprender, compartir y celebrar la riqueza de las distintas culturas que existen en nuestro mundo.

## Ventajas:

- Diversidad de perspectivas: YouTube es un espacio donde personas de todo el mundo pueden compartir sus opiniones, experiencias y conocimientos. Esto significa que los espectadores tienen acceso a una amplia gama de perspectivas, lo que enriquece su comprensión del mundo y fomenta la empatía hacia diferentes culturas y puntos de vista.
- Oportunidad para el aprendizaje: YouTube es una fuente inagotable de contenido educativo y tutoriales en una variedad de temas, desde idiomas y cocina hasta ciencias y arte. La multiculturalidad en la plataforma permite que personas de diferentes oríge-

nes compartan sus habilidades y conocimientos, brindando oportunidades de aprendizaje a nivel mundial.

- Fomenta la creatividad: La multiculturalidad en YouTube inspira la creatividad al permitir a creadores de contenido de diversos orígenes fusionar sus influencias culturales en su trabajo. Esto conduce a la creación de contenido innovador y único que atrae a una audiencia global.
- Conexión global: YouTube ha acercado a personas de diferentes partes del mundo y ha permitido la creación de comunidades globales en torno a intereses comunes. Esto promueve la comprensión y la amistad entre personas de diferentes culturas.
- Plataforma de expresión: YouTube ofrece a las personas la posibilidad de expresarse y compartir sus historias, lo que es especialmente importante para aquellos cuyas voces a menudo se pasan por alto en los medios tradicionales. La multiculturalidad en la plataforma promueve la diversidad de voces y experiencias.

## Desventajas:

La multiculturalidad en YouTube, al igual que en otros aspectos de la vida, puede tener algunas desventajas:

- Contenido controvertido o ofensivo: La multiculturalidad puede llevar a la aparición de contenido que puede resultar controvertido o incluso ofensivo para algunas audiencias. Dado que YouTube es una plataforma abierta donde cualquiera puede publicar contenido, es posible que surjan videos que expresen opiniones extremas o prejuicios.
- Barreras lingüísticas: La multiculturalidad en YouTube puede generar barreras lingüísticas que dificultan la comprensión y la comunicación entre diferentes audiencias. Los espectadores pueden perderse contenido valioso debido a las diferencias en el idioma.
- Dificultad para mantener estándares de moderación: YouTube debe aplicar estándares de moderación en una amplia variedad de culturas y contextos, lo que puede resultar en desafíos para garantizar que el contenido cumpla con las políticas de la plataforma.
- Polarización y filtración de contenido: La multiculturalidad puede llevar a la polarización de opiniones, ya que diferentes grupos pueden crear burbujas de filtro y consumir contenido que se alinea con sus propias creencias y valores. Esto puede Estereotipos y prejuicios: La multiculturalidad en YouTube puede dar lugar a la promoción de este-

reotipos y prejuicios culturales, ya que algunos creadores pueden perpetuar ideas erróneas o simplistas sobre diferentes grupos étnicos o culturas.

- Dificultad para la monetización: Los creadores de contenido multicultural pueden enfrentar desafíos para monetizar sus videos debido a la falta de anunciantes dispuestos a respaldar contenido que aborde temas sensibles o controvertidos.

Dificultar el diálogo y la comprensión entre grupos diversos.

Es importante tener en cuenta que estas desventajas no son exclusivas de YouTube y pueden aplicarse a la multiculturalidad en línea en general. YouTube ha implementado políticas y herramientas para abordar algunas de estas cuestiones, como las políticas de contenido y las opciones de filtro, pero sigue siendo un desafío constante en una plataforma tan diversa y globa

# Publicidad Multicultural

*Estrategias efectivas*

Por Jimena Ramírez Prieto

## Resumen (Abstract):

Este estudio examina la multiculturalidad en la publicidad, centrándose en estrategias efectivas y la aplicación práctica de los conceptos presentados en "El Fin de la Publicidad como la Conocemos" de Sergio Zyman. A través de un enfoque mixto de métodos cualitativos y cuantitativos, se analizan campañas publicitarias. Se destacan estrategias clave, como la personalización cultural y la adaptación de mensajes, ilustradas con ejemplos notables. El estudio de caso de Calvin Klein proporciona una aplicación exitosa de estas estrategias. Las conclusiones resaltan la importancia de la autenticidad y la adaptabilidad en la publicidad multicultural, contribuyendo a una comprensión más profunda y aportando nuevas direcciones para futuras investigaciones en este campo dinámico.

## Introducción:

### *A. Contextualización del Tema:*

La publicidad contemporánea se desenvuelve en un entorno globalizado y diverso, donde la multiculturalidad emerge como un elemento central. La interconexión de culturas a través de la tecnología y la migración ha transformado el panorama publicitario, desafiando a los profesionales del marketing a adaptar sus estrategias para llegar a audiencias cada vez más heterogéneas. Este cambio, sin duda, marca un hito en la evolución de la publicidad, demandando un enfoque más inclusivo y reflexivo.

### *B. Relevancia de la Multiculturalidad en la Publicidad:*

La relevancia de abordar la multiculturalidad en la publicidad se evidencia en la necesidad de las marcas de conectar con consumidores de diferentes orígenes culturales. Comprender las diversas perspectivas, valores y tradiciones se ha vuelto imperativo para desarrollar campañas efectivas que resuenen auténticamente en entornos culturalmente diversos. Ignorar esta realidad podría traducirse en oportunidades perdidas y, en el peor de los casos, en alienación de segmentos clave de la audiencia.

## *C. Objetivos de la Investigación:*

Esta investigación tiene como objetivo explorar a fondo las estrategias publicitarias efectivas en el contexto multicultural, con un enfoque crítico en el libro "El Fin de la Publicidad como la Conocemos" de Sergio Zyman. Se busca analizar cómo las teorías y conceptos presentados en esta obra se aplican o pueden aplicarse en la publicidad multicultural contemporánea. Al hacerlo, aspiramos a proporcionar insights prácticos y perspicaces que contribuyan a la comprensión y mejora de las prácticas publicitarias en un mundo cada vez más diverso.

## *A. Definición de Multiculturalidad:*

La multiculturalidad se refiere a la coexistencia y convergencia de diversas culturas en un mismo entorno. En el contexto publicitario, este término abarca la representación y consideración consciente de las múltiples identidades culturales presentes en la audiencia objetivo. La multiculturalidad no se limita únicamente a aspectos étnicos, sino que engloba un amplio espectro de diferencias, como género, edad, orientación sexual y creencias, entre otras. En el corazón de esta noción nace el reconocimiento y respeto por la diversidad cultural que caracteriza a las sociedades contemporáneas.

## *B. Importancia de la Diversidad en la Publicidad:*

La inclusión de la diversidad en la publicidad es esencial en un mundo cada vez más globalizado y plural. La representación precisa y respetuosa de diversas identidades no solo refleja la realidad social, sino que también se traduce en ventajas estratégicas para las marcas. La audiencia moderna valora la autenticidad y la conexión emocional, y la publicidad que abraza la diversidad no solo amplía su alcance, sino que también construye una imagen de marca más inclusiva y empática. Ignorar la importancia de la diversidad en la publicidad implica correr el riesgo de alejarse de consumidores críticos y conscientes.

## *C. Antecedentes y Evolución de la Publicidad Multicultural:*

La publicidad multicultural tiene sus raíces en la necesidad de las marcas de adaptarse a las cambiantes dinámicas demográficas y culturales. A lo largo de las décadas, la publicidad ha experimentado una evolución significativa desde enfoques homogéneos hacia estrategias más inclusivas. Inicialmente, las representaciones publicitarias tendían a seguir estereotipos culturales, pero con el tiempo, la industria ha reconocido la importancia de la autenticidad y la diversidad en la construcción de mensajes publicitarios.

## El Libro "El Fin de la Publicidad como la Conocemos" de Sergio Zyman

### *A. Reseña del Libro:*

"El Fin de la Publicidad como la Conocemos" de Sergio Zyman, desafía las convenciones tradicionales de la publicidad. Zyman, ex director de marketing de Coca-Cola y conocido como el "Padre del Nuevo Marketing", ofrece una visión audaz sobre cómo las marcas deben adaptarse para destacar en un entorno publicitario en constante cambio. A lo largo de su libro, Zyman destaca la necesidad de la innovación y la capacidad de adaptación para sobrevivir en un mundo saturado de mensajes publicitarios.

### *B. Principales Conceptos y Argumentos:*

Zyman propone una perspectiva única sobre el papel de la publicidad, abogando por un enfoque más centrado en el consumidor y menos en la creación de anuncios llamativos. Destaca la importancia de comprender a fondo al público objetivo, personalizar los mensajes y adoptar estrategias que resuenen con las audiencias de manera auténtica. Zyman argumenta que el marketing efectivo no se trata simplemente de vender productos, sino de construir relaciones significativas con los consumidores a lo largo del tiempo.

El autor también señala la necesidad de abandonar enfoques anticuados y adoptar nuevas tecnologías y plataformas para llegar a las audiencias modernas. Además, plantea la idea de que la publicidad debe ser percibida como un proceso en constante evolución, donde la flexibilidad y la capacidad de respuesta son clave para el éxito.

### *C. Relevancia del Libro en el Contexto de la Multiculturalidad Publicitaria:*

Zyman adquiere una relevancia particular en el ámbito de la multiculturalidad publicitaria. Al proponer un enfoque centrado en el consumidor, el libro aborda directamente la necesidad de comprender y conectar con audiencias diversas. La personalización de mensajes, uno de los conceptos clave de Zyman, se alinea perfectamente con la exigencia actual de representación auténtica y respetuosa de la diversidad cultural en la publicidad.

La adaptabilidad que Zyman promueve también es crucial en un entorno multicultural, donde las dinámicas cambiantes requieren respuestas rápidas y estrategias flexibles. Ofrece

un marco conceptual valioso para evaluar cómo las estrategias publicitarias pueden ajustarse y evolucionar para abordar las complejidades de un mercado globalizado y diverso.

## Estrategias Multiculturales en la Publicidad

### *A. Análisis de Estrategias Efectivas*

#### 1. Personalización Cultural en Campañas Publicitarias:

La personalización cultural emerge como una estrategia clave en la publicidad multicultural. Consiste en ajustar elementos de la campaña, como imágenes, tono de voz y mensajes, para reflejar la identidad cultural específica de la audiencia objetivo. Esta estrategia reconoce y celebra las diferencias culturales, creando conexiones más profundas y auténticas con los consumidores. Al analizar campañas exitosas, se evalua cómo la personalización cultural se ha aplicado de manera efectiva, destacando casos donde las marcas han logrado resonar con audiencias diversas sin caer en estereotipos.

#### 2. Adaptación de Mensajes a Audiencias Diversas:

La adaptación de mensajes es esencial para garantizar que la publicidad sea relevante y comprensible para diversas audiencias. Esto implica no solo la traducción literal de contenido, sino también la consideración de matices culturales, valores y preferencias específicas. En este análisis, se examinará cómo las marcas han modificado sus mensajes para abordar las diferencias culturales sin perder la coherencia de la marca.

#### 3. Ejemplos de Campañas Exitosas:

1. Coca-Cola "Comparte una Coca-Cola":

   - Estrategia Personalización Cultural en Campañas Publicitarias

   - Descripción: La campaña "Comparte una Coca-Cola" de Coca-Cola es un ejemplo destacado de personalización cultural. La marca reemplazó su logo con nombres comunes en diferentes regiones y países, fomentando la conexión personal y cultural. La campaña no solo adaptó los nombres, sino también incluyó términos de cariño y expresiones locales, reflejando la diversidad cultural y generando un fuerte impacto emocional.

2. Google "Reunion":

   - Estrategia: Adaptación de Mensajes a Audiencias Diversas

- Descripción: La campaña "Reunion" de Google destaca la importancia de la adaptación cultural en mensajes. El anuncio narra la historia de una familia dividida por la partición de la India en 1947. A través de la tecnología de Google, la familia se reúne décadas después. La campaña aborda sensibilidades culturales específicas y destaca la capacidad de la tecnología para unir a personas de diferentes orígenes, resonando con audiencias diversas a nivel mundial.

## Desafíos y Oportunidades en la Publicidad Multicultural

### *A. Barreras para la Implementación Efectiva:*

La publicidad multicultural enfrenta diversas barreras que pueden obstaculizar su implementación efectiva. Entre estas barreras se incluyen:

1. Estereotipos Culturales Persistentes:
   - A menudo, la publicidad puede caer en la trampa de perpetuar estereotipos culturales, lo cual aliena a las audiencias en lugar de conectar con ellas.

2. Falta de Diversidad en Equipos Creativos:
   - La ausencia de diversidad en los equipos creativos puede resultar en la falta de perspectivas auténticas.

3. Desconexión Cultural:
   - La falta de comprensión profunda de las diversas culturas puede llevar a una desconexión cultural en la publicidad. Las marcas enfrentan el desafío de mantenerse informadas y actualizadas sobre las dinámicas cambiantes de la sociedad para crear mensajes que resuenen con las audiencias multiculturales.

### *B. Oportunidades de Mercado Desaprovechadas:*

1. Segmentación Precisa del Mercado:
   - La publicidad multicultural ofrece la oportunidad de realizar una segmentación de mercado más precisa. Las marcas que comprenden las diversas necesidades y deseos de grupos específicos pueden crear campañas más efectivas, generando lealtad y preferencia de marca.

2. Ampliación del Alcance Global:
   - Aprovechar la diversidad en la publicidad no solo es ético, sino también estratégico. Las

marcas que abrazan la multiculturalidad pueden expandir su alcance global al resonar con audiencias de diferentes culturas, ganando terreno en mercados internacionales.

3. Construcción de Conexiones Emocionales Duraderas:

- La publicidad multicultural bien ejecutada tiene el poder de construir conexiones emocionales duraderas. Al abordar las experiencias y valores compartidos en diversas culturas, las marcas pueden crear una base sólida de lealtad del consumidor.

### *C. Reflexiones a Partir de la Obra de Zyman:*

Sergio Zyman proporciona insights valiosos para abordar los desafíos y aprovechar las oportunidades en la publicidad multicultural. Zyman aboga por la adaptabilidad y la comprensión profunda del consumidor, principios que son fundamentales en la superación de barreras culturales. Además, su enfoque en la innovación y la conexión emocional encuentra resonancia directa en la necesidad de construir campañas que trasciendan las diferencias culturales y lleguen a un público diverso de manera auténtica.

Las reflexiones a partir de Zyman guiarán nuestro análisis crítico de cómo la publicidad puede superar barreras y capitalizar oportunidades en un mundo multicultural en constante cambio.

## Estudio de Caso: Aplicación de Estrategias Multiculturales en una Campaña Publicitaria

### *A. Contexto de la Campaña:*

Calvin Klein, conocida por su influencia en la moda y la cultura, se embarcó en una campaña publicitaria destinada a abrazar y celebrar la diversidad cultural. La marca reconoció la importancia de representar a una amplia gama de identidades en sus campañas para reflejar la realidad multicultural de sus consumidores. La campaña buscó trascender los límites tradicionales de la belleza y la moda, destacando la autenticidad y la individualidad de personas de diversas culturas, razas y orientaciones.

### *B. Implementación de Estrategias Multiculturalmente Efectivas:*

1. Diversidad en Modelaje:

- Calvin Klein seleccionó modelos de diversas etnias, tallas y antecedentes culturales para representar la variedad del público objetivo. La inclusión de modelos que reflejaban auténti-

camente la diversidad cultural transmitía un mensaje claro de aceptación y celebración de la singularidad.

2. Narrativas Culturales Relevantes:

- La campaña incorporó narrativas culturales relevantes para conectar con audiencias específicas. Se incluyeron historias que resaltaban tradiciones, valores y experiencias culturales, proporcionando a la audiencia un sentido de identificación y pertenencia.

3. Colaboraciones Culturales:

- Calvin Klein estableció colaboraciones estratégicas con artistas, diseñadores y creativos de diversas culturas. Esta colaboración no solo aportó autenticidad a la campaña, sino que también permitió la incorporación de elementos culturales específicos en la presentación de la marca.

## *C. Resultados y Lecciones Aprendidas:*

1. Reconocimiento y Resonancia:

- La campaña recibió un reconocimiento positivo por su representación auténtica de la diversidad. La marca logró resonar con audiencias de diversas culturas, generando una conexión emocional más profunda con su base de consumidores y atrayendo a nuevos públicos.

2. Crecimiento de la Base de Consumidores:

- La implementación efectiva de estrategias multiculturales se tradujo en un crecimiento significativo en la base de consumidores de Calvin Klein. La marca atrajo a un público más amplio, generando un aumento en la lealtad de la marca y las ventas.

3. Lecciones Aprendidas:

- Calvin Klein aprendió que la autenticidad es fundamental en la publicidad multicultural. La representación genuina y el respeto por las diversas identidades culturales son elementos esenciales para el éxito. Además, la marca reconoció la importancia de mantenerse informada sobre las dinámicas culturales cambiantes para seguir siendo relevante en un entorno multicultural en evolución.

# Conclusiones

## *A. Síntesis de Hallazgos:*

En el transcurso de esta investigación sobre la multiculturalidad en la publicidad y la aplicación de estrategias efectivas, se han identificado hallazgos significativos. La personalización cultural, la adaptación de mensajes y la representación auténtica emergen como elementos clave para construir campañas publicitarias que resuenen en entornos culturalmente diversos. A través de ejemplos de campañas exitosas, se ha demostrado que la conexión emocional y la inclusión son fundamentales para el impacto positivo en las audiencias multiculturales.

## *B. Direcciones Futuras de Investigación:*

Las conclusiones de este estudio señalan hacia diversas direcciones para futuras investigaciones en el ámbito de la publicidad multicultural. Entre estas direcciones se incluyen:

1. Impacto de la Publicidad Multicultural en la Construcción de Marcas.
2. Innovaciones Tecnológicas en la Publicidad Multicultural.
3. Ética en la Publicidad Multicultural.
4. Impacto de la Publicidad Multicultural en la Identidad Cultural.

En conjunto, estas direcciones de investigación pueden ampliar nuestra comprensión de la publicidad multicultural y proporcionar conocimientos adicionales para el desarrollo de estrategias publicitarias más efectivas en un mundo cada vez más diverso.

## Referencias Bibliográficas


1. Zyman, S. (2000). El Fin de la Publicidad como la Conocemos. Editorial Norma.

2. Belch, G., & Belch, M. (2018). Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective. McGraw-Hill Education.

3. Shimp, T. A. (2019). Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications. Cengage Learning.

4. Hackley, C. (2019). Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Approach. SAGE Publications.

5. Taylor, C. R., & Bang, H. K. (2014). "Cultural identity and ad evaluation in a global market." Journal of Business Research, 67(8), 1629-1636.

6. Luna, D., & Peracchio, L. A. (2005). "Moderators of the impact of gender and ethnicity in advertising: an investigation of consumer perceptions." Psychology & Marketing, 22(11), 967-991.

7. Lee, W. N. (2012). "Globalization and cultural imperialism: Corporate control versus respondent interpretation in cross-cultural advertising research." International Journal of Advertising, 31(4), 775-802.


"¿Qué sentido tiene la filosofía que
no se aplica a un fin útil?"

# La Multiculturalidad en el Periodismo: Narrativas Globales

Por María Ximena Vázquez Vázquez

*Introducción:*

"Journalism not only seeks the truth but also aims to reflect cultural diversity. Joseph Pulitzer, known for his in-depth investigative work, advocated for immigrant integration without them losing their identity. Diversity in journalistic teams, as seen in NBC Asian America, Time, and BBC Africa, enriches the understanding of various cultures. In essence, the inclusion of diverse perspectives in news not only enhances its quality but also strengthens comprehension in a diverse and global society."

El periodismo no solo busca la verdad, sino también reflejar la diversidad cultural. Joseph Pulitzer, reconocido por su investigación profunda, abogó por la integración de inmigrantes sin que perdieran su identidad. La diversidad en los equipos periodísticos, como en NBC Asian America, Time y BBC Africa, enriquece la comprensión de diferentes culturas. La inclusión de diversas perspectivas en las noticias no solo mejora su calidad, sino que fortalece la comprensión en una sociedad diversa y global.

## *Desarrollo:*

En la historia del Periodismo destaca Joseph Pulietzer, una figura destacada en la historia del periodismo, inicialmente conocido por su enfoque sensacionalista, revolucionó la industria al dar un giro hacia la profundidad de la investigación y la exposición de la corrupción gubernamental y empresarial.

Sin embargo, su legado va más allá: siendo inmigrante, defendió los derechos de quienes recién llegaban, ayudándolos a integrarse en la sociedad de Estados Unidos sin que tuvieran que dejar su propia cultura. Aunque abogaba por que los inmigrantes aprendieran inglés, su enfoque no era forzarlos a perder su identidad cultural para adaptarse. Más bien, buscaba facilitar su integración sin que perdieran su herencia cultural. Además, se preocupó por la diversidad y por entrenar a periodistas de distintas procedencias. Esto se vio reflejado en la creación de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Columbia. Su idea era tener periodistas buenos y honestos, sin importar de dónde vinieran, para tener diferentes puntos de vista en las noticias.

El periodismo representa una de las diversas manifestaciones de la Multiculturalidad, la cual es difundida a través de los medios de comunicación: emisoras de radio y televisión, internet, prensa escrita, entre otros.

## *"Representación de la diversidad cultural"*

La representacion de la diversidad cultural, se refiere a la inclusión y el respeto de las múltiples culturas, etnias y perspectivas en la cobertura de los medios de comunicación. Esto, implica mostrar la riqueza de la sociedad en las noticias y reportajes, reflejando la diversidad de voces y experiencias.

El periodista puede seguir reglas o consejos para asegurarse de que la información en los medios sea justa y equitativa. Esto implica mostrar las distintas perspectivas y experiencias en las noticias de una manera imparcial y equilibrada.

Para informar sobre la economía local, un periodista podría recabar opiniones de diversas fuentes. Esto incluiría la realización de entrevistas a una amplia gama de personas, como empresarios locales, trabajadores de distintos sectores, expertos en economía y líderes comunitarios. Esta estrategia permite obtener una perspectiva completa y equilibrada sobre la situación económica de la zona, ofreciendo una visión más rica y variada

para la noticia.

Antes de cubrir un evento cultural de una comunidad indígena, un reportero podría recibir formación acerca de la historia y la cultura de ese grupo. Esta preparación previa le permitiría abordar el tema con mayor sensibilidad y comprensión, asegurando una cobertura más respetuosa y precisa.

Este incidente durante el Mundial de Fútbol de 2010 en Sudáfrica, involucrando a un reportero de una cadena mexicana de televisión, reveló un error común entre los periodistas: la falta de investigación sobre otras culturas. En este caso, durante entrevistas en las calles de la capital sudafricana, el reportero utilizó un títere llamado "Compayito", lo cual provocó reacciones negativas entre los entrevistados (de origen negro), llevándolos al llanto y a retirarse rápidamente. Este malentendido se debió a la falta de comprensión de la cultura local, particularmente en relación al Vudú, una religión africana. En el Vudú, los muñecos se asocian con el alma de niños y personas fallecidas. Al presenciar al títere moviéndose y hablando, las personas africanas lo relacionaron con fenómenos sobrenaturales. Este episodio subraya la importancia de una investigación cultural adecuada antes de realizar coberturas periodísticas en entornos culturales distintos. (Toño de Valdés, 2022)

Es fundamental que un periodista evite estereotipos al comunicar una noticia en los medios de comunicación, ya que los estereotipos pueden distorsionar la percepción pública y perpetuar prejuicios.

La cobertura mediática de crímenes o incidentes que implican a individuos de una determinada raza o etnia a menudo conlleva estereotipos. En Estados Unidos, se han observado numerosos casos en los que los medios han tendido a estereotipar a jóvenes afroamericanos después de incidentes violentos. Un ejemplo notorio fue el caso del asesinato de Trayvon Martín, un adolescente afroamericano desarmado en 2012. Los medios, en esta cobertura, a menudo se centraron en su apariencia y comportamiento, lo que generó estereotipos negativos sobre los jóvenes afroamericanos en general. Esto desencadenó debates en todo el país y provocó varias consecuencias:

Se produjeron protestas y movimientos sociales para abordar la discriminación racial y la brutalidad policial.

Los estereotipos en la difusión de noticias reforzaron prejuicios existentes y perpetuaron la discriminación hacia grupos minoritarios.

Se generó desconfianza hacia los medios de comunicación y su credibilidad.

Se intensificaron las tensiones raciales y sociales, lo que pudo dar lugar a conflictos y divisiones en la sociedad.

Estos incidentes resaltan la importancia de una cobertura mediática más justa y equitativa, y la necesidad de

evitar estereotipos que puedan contribuir a la discriminación y agravar las tensiones sociales.

## *Multiculturalidad en Redacciones y Equipos de Medios:*

El valor de tener equipos de redacción diversificados para una cobertura más equitativa y enriquecedora

La multiculturalidad en los equipos de redacción y medios de comunicación es un factor crucial para lograr una cobertura informativa más completa y justa. Cuando los equipos de medios están compuestos por individuos con diversos orígenes, experiencias y perspectivas culturales, se fomenta una representación más auténtica y equilibrada de la sociedad en las noticias.

La diversidad en estos equipos aporta una serie de beneficios significativos que moldean la forma en que se presenta la información al público. Por ejemplo, un reportero con conocimiento y experiencia en una cultura específica puede ofrecer una comprensión más profunda y auténtica de eventos, tradiciones o prácticas culturales, permitiendo una cobertura más rica y precisa. Esto es especialmente notable en festivales culturales, eventos comunitarios o situaciones que requieren una comprensión sensible de diferentes tradiciones y costumbres.

El ascenso de Kamala Harris como la primera mujer y persona de ascendencia afroamericana-asiática en convertirse en Vicepresidenta de los Estados Unidos en enero de 2021 marcó un ejemplo mundial de diversidad en las redacciones y cómo impactó en la cobertura mediática. Durante su campaña, la presencia de periodistas de diferentes orígenes en las redacciones permitió una cobertura más equilibrada de su historia política. Algunos periodistas afroamericanos y asiáticos ofrecieron perspectivas únicas sobre las cuestiones de identidad racial y género durante su mandato.

La cobertura de temas culturales es crucial, ya que mantiene a la sociedad informada y conectada con aspectos significativos de su cultura. Estas historias no solo entretienen y educan, sino que también ayudan a preservar y promover la diversidad entre los más jóvenes.

Los periodistas juegan un papel clave al cubrir eventos como los Juegos Olímpicos. Utilizan diferentes estrategias para presentar una visión completa que va más allá de la competencia deportiva. Exploran las raíces culturales del país anfitrión, compartiendo su historia, tradiciones y costumbres para que la audiencia comprenda el contexto cultural.

Además, realizan entrevistas a atletas, entrenadores, jueces y otros participantes para destacar sus historias personales y los desafíos que enfrentan. Esto humaniza a los deportistas y los conecta con la audiencia a través de sus experiencias y aspiraciones.

Existen varios ejemplos en los medios de comunicación donde se ha promovido la diversidad étnica en los equipos periodísticos para ofrecer una cobertura más amplia y representativa.

NBC Asian America:

NBC Asian America es un equipo dentro de la cadena NBC News dedicado a abordar noticias relevantes para la comunidad asiática en Estados Unidos. Este equipo incluye periodistas de origen asiático que cubren historias relacionadas con la cultura, la política y otros temas importantes para la comunidad asiático-estadounidense.

Entre las noticias mas relevantes destaca:

Israel-Hamas war live updates: Thousands break into aid warehouse in Gaza / Actualizaciones en vivo de la guerra entre Israel y Hamas: miles de personas irrumpen en un almacén de ayuda en Gaza. (*NBC News - Breaking news & Top Stories - latest world, US & local news*, 2023)

Revista Time y su Diversidad Editorial:

La revista Time ha destacado su compromiso con la diversidad étnica en su equipo editorial. La revista ha incluido a periodistas de diferentes orígenes culturales para cubrir una amplia gama de historias y ofrecer perspectivas diversas en sus reportajes.

Entre las noticias mas relevantes destaca:

A 16-Year-Old Iranian Girl Has Died After an Alleged Encounter With Morality Police/ Una joven iraní de 16 años murió tras un presunto encuentro con la policía moral. (Time, s. f.)

BBC Africa:

La BBC cuenta con una sección específica llamada "BBC Africa", que está dedicada a informar sobre noticias y asuntos relevantes para el continente africano. El equipo incluye periodistas africanos que cubren una amplia gama de temas desde una perspectiva local y específica de la región.

Entre las noticias mas relevantes destaca:

Kenya to become visa-free to African visitors / "Kenia se convertirá en un destino sin visa para los visitantes africanos". (BBC News, 2023)

## *"Reflejos Actuales: La Multiculturalidad en el Foco de las Noticias Periodísticas"*

Adiós a "Le Magistrade": El Legado de Inclusión y Justicia del Magistrado Ocieel

En el momento de abordar la cobertura del fallecimiento del Magistrado Ocieel, se destaca la esencial relación entre la multiculturalidad en el periodismo y la necesidad de abordar las noticias con una profunda sensibilidad hacia la diversidad cultural y un firme reconocimiento de las identidades individuales. Este enfoque adquiere especial relevancia al considerar la tendencia no binaria del Magistrado y su posición de liderazgo en el ámbito judicial.

El uso respetuoso de la terminología "Le Magistrade" para referirse al Magistrado Ocieel refleja no solo su identidad de género no binaria, sino también un paso significativo hacia la inclusión y el reconocimiento de la diversidad en el lenguaje periodístico. Este gesto subraya la importancia de adaptar la cobertura de eventos noticiosos para reflejar las diversas identidades presentes en nuestra sociedad.

Al ocupar un puesto de alta relevancia en el ámbito judicial, el Magistrado Ocieel no solo desempeñó un papel vital en la administración de justicia, sino que también se convirtió en un símbolo de inclusión en un sector históricamente caracterizado por estructuras más rígidas. Su liderazgo no binario abrió camino para una mayor representación de la diversidad en las instituciones, contribuyendo a una narrativa más inclusiva y representativa en el periodismo.

La cobertura, en este sentido, debe ir más allá de la mera descripción de hechos. Debe explorar cómo la identidad no binaria del Magistrado Ocieel influyó en su perspectiva y en su enfoque hacia la justicia. Al resaltar su contribución a la igualdad y la inclusión, la cobertura periodística puede ser una herramienta poderosa para educar y sensibilizar a la audiencia sobre la importancia de reconocer y respetar la diversidad en todos los niveles de la sociedad.

En este proceso, la inclusión de voces diversas y la representación auténtica de la vida y legado del Magistrado Ocieel son fundamentales. A través de una narrativa que celebra la riqueza de la diversidad cultural y de identidad, la cobertura periodística no solo honra la memoria del Magistrado, sino que también promueve valores de igualdad y respeto en la sociedad.

"Tren Maya: Entre Beneficios Locales y Desafíos Globales"

El Tren Maya, una obra destacada en el sureste de México, ha generado opiniones divididas. En un reportaje de Televisión Milenio en abril de 2023, algunos habitantes cercanos expresaron beneficios económicos. Un campesino de Tabasco mencionó ahorros de tiempo en desplazamientos, mientras que una comerciante de Campeche espera más ventas gracias a los turistas. Una cocinera en Campeche destaca ingresos sólidos por la venta de alimentos. (MILENIO, 2023)

Respecto a la construcción, habitantes y ejidatarios aseguran que se consideraron cuidadosamente los impactos ambientales. La obra evita cenotes y se eleva en ciertos tramos para proteger la selva. Aseguran que el Gobierno realizó estudios exhaustivos. (Andrés Manuel López Obrador, 2022)

La aprobación del proyecto involucró a las comunidades en asambleas internas, donde participaron personas con diversas preparaciones académicas. Afirman que la decisión fue consensuada, sin imposiciones gubernamentales.

Sin embargo, comunidades locales critican las declaraciones públicas de políticos, inversionistas y famosos que se oponen al proyecto. Aseguran que estos críticos buscan popularidad y desconocen las realidades locales.

En otro informe de Canal France 24, el Tribunal Internacional de los Derechos de la Naturaleza demanda detener la construcción del Tren Maya, señalando deforestación, contaminación y despojo en comunidades mayas como consecuencias negativas. (FRANCE 24 Español, 2023)

El Tren Maya, con la promesa de generar beneficios económicos para algunos y la aprobación de comunidades locales, se prepara para su inauguración el 1 de diciembre. Sin embargo, las críticas internacionales por posibles impactos negativos en el medio ambiente y las comunidades indígenas plantean la incertidumbre sobre la realización total de los beneficios prometidos. A medida que la fecha de inauguración se acerca, queda por ver cómo se equilibrarán los aspectos positivos para la población local con las preocupaciones a nivel global.

## *Conclusión:*

La diversidad cultural en el periodismo es esencial para reflejar con precisión la complejidad de nuestra sociedad. Al tener una variedad de voces, experiencias y perspectivas en los medios, se logra una representación más equitativa y auténtica de las comunidades a las que se informa. Esta diversidad no solo se trata de tener periodistas de diferentes orígenes, sino también de abordar noticias desde múltiples puntos de vista para ofrecer una comprensión más completa de los hechos.

Al evitar los estereotipos y realizar investigaciones exhaustivas sobre distintas culturas, los periodistas pueden informar de manera más respetuosa, precisa y sensible. La inclusión de estos enfoques en la cobertura periodística asegura una narrativa más rica y cercana a la realidad, evitando la simplificación o generalización de temas complejos.

Los ejemplos de medios como NBC Asian America, Revista Time y BBC Africa muestran cómo la diversidad en los equipos de redacción enriquece la calidad de las noticias. Al contar con periodistas con diversos trasfondos culturales, se garantiza una cobertura más amplia y fiel a las diferentes realidades que existen en nuestra sociedad.

“Un periodismo que valora la diversidad nos ayuda a entender mejor nuestra sociedad y conectar con las distintas culturas.”

Bibliografias:


Toño de Valdés. (2022, March 8). *Edson Zuñiga, CÓMO llegó el COMPAYITO a la TELEVISIÓN | Toño De Valdés* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=hJC8rQ2VfuE

*NBC News - Breaking news & Top Stories - latest world, US & local news*. (2023, 30 octubre). NBC News. https://www.nbcnews.com/

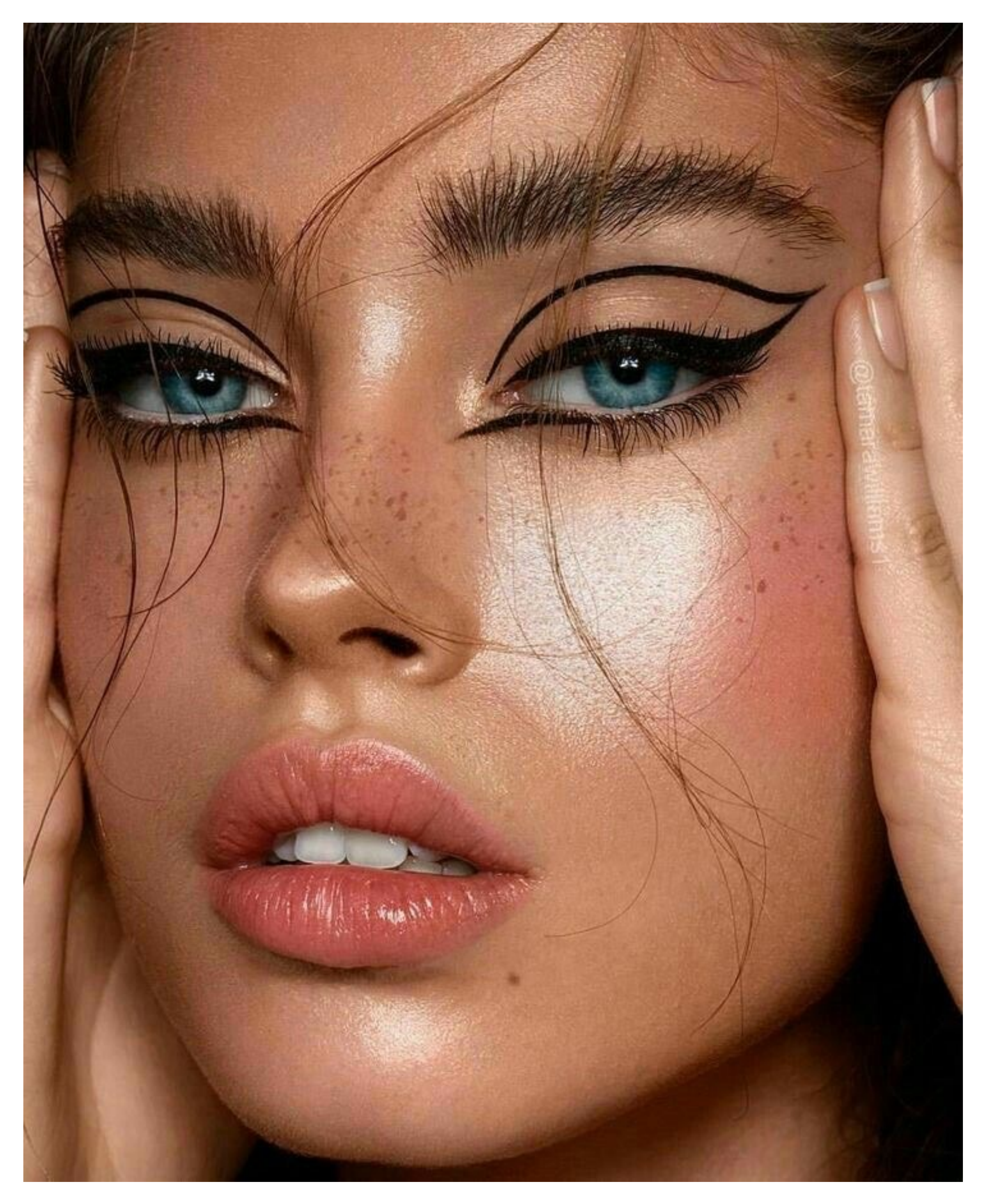
Time. (s. f.). *TIME Homepage*. https://time.com/

BBC News. (2023, 29 octubre). Kenya to become visa-free to African visitors. *BBC News*. https://www.bbc.com/news/world-africa-67254349

Andrés Manuel López Obrador. (2022, 31 marzo). *El sureste apoya el tren maya* [Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=bIq6ymS623M

MILENIO. (2023, 11 abril). *Habitantes del sureste prevén beneficios económicos y de movilidad con Tren Maya* [Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=wIFFKKKuBVY

FRANCE 24 Español. (2023, 28 marzo). *Activistas piden que se detenga construcción del tren Maya por su impacto ambiental*[Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=JZzSgBHVBeo



# Multiculturalidad en el Maquillaje:

# Celebrando la Diversidad en la Sociedad

Por Nicole Duhart Vidal

*INTRODUCCION*

El maquillaje es un arte antiguo que ha acompañado a la humanidad a lo largo de su historia. Aunque su uso ha cambiado con el tiempo, el maquillaje sigue siendo una parte importante de la vida de muchas personas, ya que les permite expresarse y sentirse seguras. La multiculturalidad en la industria del maquillaje es un tema de creciente relevancia en un mundo cada vez más globalizado y diverso. A lo largo de los años, esta industria ha experimentado una evolución significativa en la representación de la diversidad étnica en sus productos y campañas publicitarias. En este ensayo, exploraremos las implicaciones de la multiculturalidad en el maquillaje y cómo esta tendencia refleja y celebra la diversidad cultural en la sociedad.

## *La Historia del Maquillaje*

El maquillaje tiene una larga historia dé miles de años. En las antiguas civilizaciones, como Egipto y Mesopotamia, las personas utilizaban maquillaje para resaltar sus características faciales y expresar su estatus social. Los egipcios, por ejemplo, utilizaban kohl para delinear sus ojos y resaltar su belleza.

Durante la Edad Media en Europa, el maquillaje estuvo menos presente, ya que se asociaba con brujas y magia negra. Sin embargo, en el Renacimiento, el maquillaje volvió a ser popular, especialmente entre la nobleza, que lo utilizaba para lograr un aspecto pálido y delicado.

En el siglo XX, el maquillaje se convirtió en una parte importante de la cultura popular. Iconos de la belleza como Marilyn Monroe y Audrey Hepburn contribuyeron a su popularización. La industria del maquillaje creció y se diversificó, ofreciendo una amplia gama de productos para diferentes tipos de piel y estilos.

El maquillaje es un lienzo cultural que ha sido pintado de manera diversa en cada rin-

cón del mundo. Más allá de embellecer, el maquillaje revela las historias, creencias y valores de las culturas que lo adoptan. A través de esta diversidad estética, se evidencia la riqueza de la multiculturalidad y la capacidad del maquillaje para unir a las personas a través de la expresión creativa y la celebración de la identidad cultural, aunque puede considerarse una práctica estética superficial, está intrínsecamente vinculado a la identidad cultural y a las tradiciones de las comunidades que lo adoptan. Más allá de ser simplemente una herramienta para realzar la belleza, el maquillaje desempeña un papel crucial en la preservación de la herencia cultural y la transmisión de conocimientos entre generaciones.

En muchas culturas, el maquillaje no se limita a un simple acto de embellecimiento, sino que se convierte en un vehículo para expresar simbolismos profundos. Por ejemplo, en las ceremonias tradicionales de algunas tribus africanas, el maquillaje desempeña un papel fundamental al marcar hitos importantes en la vida, como la pubertad o el matrimonio. Los diseños y colores específicos utilizados durante estos rituales llevan consigo significados simbólicos que conectan a la persona con su comunidad y sus antepasados.

Además, el maquillaje puede actuar como un puente entre lo tangible y lo espiritual. En culturas asiáticas, especialmente en la tradición india, el uso de ciertos colores y elementos en el maquillaje está vinculado a creencias espirituales y prácticas religiosas. La aplicación de kajal no solo embellece los ojos, sino que también se percibe como una forma de protección contra energías negativas, sirviendo como un recordatorio de la interconexión entre el cuerpo y el espíritu.

La diversidad en la adopción del maquillaje también destaca la importancia de la adaptabilidad cultural. A medida que las sociedades evolucionan, las tendencias estéticas cambian, pero la esencia del maquillaje como una expresión artística arraigada en la cultura permanece constante. En la era de la globalización, las influencias culturales se entrelazan, y el maquillaje se convierte en un medio a través del cual se pueden explorar y celebrar las diferencias.

El maquillaje enriquece el tapiz cultural global al proporcionar un medio para expresar la diversidad de identidades y tradiciones. Desde las delicadas pinceladas de la ópera china hasta los vibrantes colores de las celebraciones indias, el maquillaje refleja la riqueza de la experiencia humana. Al comprender la profunda conexión entre el maquillaje y la multiculturalidad, podemos apreciar cómo esta práctica estética trasciende las barreras geográficas y se convierte en un lenguaje universal de expresión y apreciación cultural.

La industria del maquillaje ha avanzado considerablemente en términos de representación multicultural. En décadas anteriores, muchas personas de diferentes orígenes étnicos luchaban por encontrar productos de maquillaje que se adaptaran a su tono de piel. Sin embargo, en la actualidad, cada vez más marcas se esfuerzan por ofrecer una gama diversa de



tonos de base y productos que atiendan a una amplia variedad de tonos de piel. Este cambio ha sido impulsado por la demanda de los consumidores y la creciente conciencia de la necesidad de representación.

## *DIVERSIDAD CULTURAL EN EL MAQUILLAJE*

El uso del maquillaje se remonta a épocas antiguas, y una de las primeras civilizaciones en adoptar esta práctica de manera distintiva fue el antiguo Egipto. Aquí, el kohl, una mezcla de galena y otros componentes, se aplicaba alrededor de los ojos no solo como un adorno estético, sino también como una forma de protección contra los elementos y de atribuir propiedades místicas. Este uso temprano del maquillaje egipcio sentó las bases para una relación duradera entre la estética y la espiritualidad.

En el Imperio Romano, el maquillaje adquirió connotaciones sociales y de estatus. Las mujeres romanas utilizaban polvo de harina para blanquear la piel, pinturas a base de plomo para resaltar las mejillas y tintes para realzar los ojos. El maquillaje se convirtió en un marcador distintivo de posición social y belleza, formando parte integral de la vida cotidiana y de las celebraciones importantes.

En las culturas indígenas americanas, el maquillaje se convirtió en un medio de expresión cultural y espiritual. Pinturas corporales hechas con pigmentos naturales se utilizaban en ceremonias y rituales para representar la conexión con la tierra, la identidad tribal y la transición a la edad adulta. Estos diseños no solo eran decorativos, sino que también contaban historias de la tradición y la espiritualidad de la comunidad.

En Japón, el maquillaje se entrelaza con las artes escénicas tradicionales como el Kabuki y el Noh. Los actores utilizan maquillaje blanco para resaltar expresiones faciales y representar arquetipos específicos. Cada color y patrón en el maquillaje tiene un significado, creando un lenguaje visual complejo que comunica características y emociones sin necesidad de palabras.

Las culturas africanas han utilizado pigmentos naturales para crear patrones y diseños en la piel, marcando la pertenencia a tribus, la celebración de rituales y la expresión de identidad. Estos diseños son más que simples adornos; son narrativas visuales que reflejan la riqueza cultural y la diversidad de las comunidades africanas.

En la India, el maquillaje se convierte en una manifestación viva de la rica tradición cultural y religiosa. En eventos como bodas, las mujeres adornan sus rostros con colores vibrantes y joyas faciales, simbolizando la espiritualidad y la devoción. El kumkum rojo en la

frente, por ejemplo, no solo es estéticamente hermoso, sino que también tiene profundas connotaciones religiosas. El maquillaje a lo largo de las culturas ha evolucionado más allá de su función estética inicial para convertirse en un lenguaje visual que comunica la identidad, la espiritualidad y la tradición. Desde los intrincados diseños de la antigüedad hasta las expresiones contemporáneas, el maquillaje sigue siendo una forma poderosa de conexión con las raíces culturales y una celebración de la diversidad estética y espiritual de la humanidad.

*EL MAQUILLAJE DE TRADICIONES Y COSTUMBRES A GLOBALIZACION*

La transición del uso del maquillaje como una práctica cultural y tradicional a su utilización comercial ha sido un proceso complejo y multifacético que involucra una combinación de factores históricos, sociales y económicos. Estas son algunas razones clave que explican cómo el maquillaje ha pasado de ser una expresión cultural para convertirse en una industria comercial:

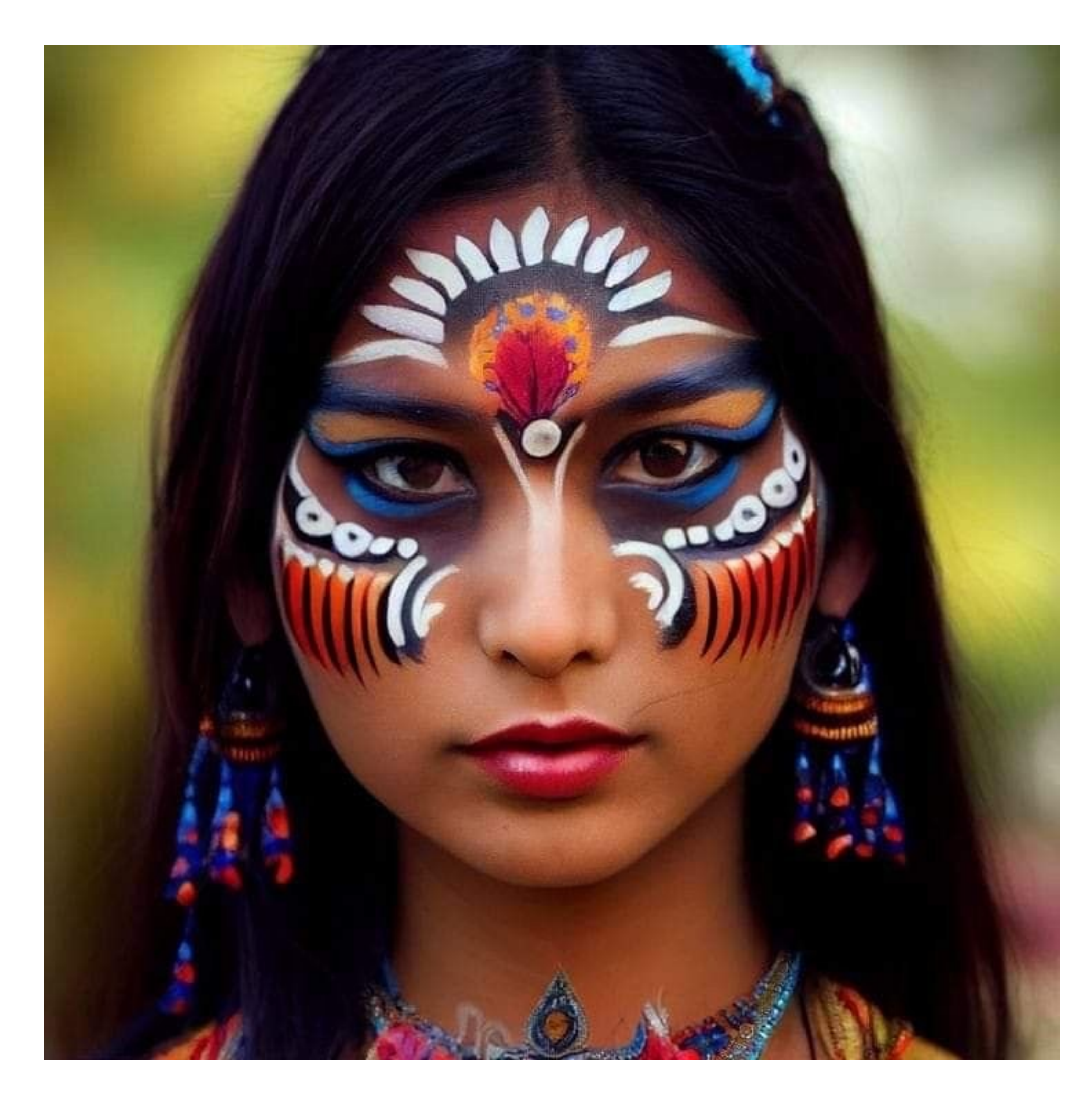
1. Cambio en las normas de belleza: A lo largo del tiempo, las normas de belleza han experimentado cambios significativos. Lo que una vez fue principalmente una práctica cultural evolucionó para incluir estándares de belleza más amplios y diversos. Esto abrió la puerta a una mayor demanda de productos de maquillaje para satisfacer una variedad de preferencias y estilos.

2. Desarrollo de la industria cosmética: A medida que la tecnología avanzaba, también lo hacían las capacidades de producción y comercialización de la industria cosmética. El desarrollo de nuevos ingredientes, formulaciones y técnicas de fabricación permitió a las empresas crear productos de maquillaje más accesibles y atractivos para un público más amplio.

3. Innovaciones en marketing y publicidad: La publicidad y el marketing desempeñaron un papel crucial en la comercialización del maquillaje. Las empresas comenzaron a destacar no solo los aspectos funcionales del maquillaje, como mejorar la apariencia física, sino también sus beneficios emocionales, como aumentar la confianza y la autoexpresión. Las campañas publicitarias se centraron en la idea de que el maquillaje no solo era una necesidad cultural, sino también un accesorio de estilo y moda.

4. Globalización y accesibilidad: La globalización facilitó la difusión de las tendencias de belleza y la disponibilidad de productos en todo el mundo. Las marcas de maquillaje comenzaron a adaptarse para satisfacer las necesidades y preferencias de una audiencia más amplia, aprovechando las oportunidades de mercado en diferentes culturas.

5. Celebridades e influencers: La influencia de celebridades y personas influyentes en la industria del entretenimiento y las redes sociales ha sido un factor significativo en



la comercialización del maquillaje. La asociación de celebridades con marcas de maquillaje y la popularidad de los tutoriales de belleza en línea han contribuido a la creación de una cultura de belleza comercializada.

6. Democratización del maquillaje: A medida que el maquillaje se volvió más asequible y disponible para un público más amplio, se produjo una democratización de la belleza. Las personas comenzaron a ver el maquillaje como una forma accesible de expresión personal, y su uso se extendió más allá de las prácticas culturales y tradicionales.

En conjunto, estos factores han llevado a la transformación del maquillaje de una práctica cultural a una industria comercial vibrante y global. La combinación de avances tecnológicos, cambios en las percepciones de belleza y estrategias de marketing efectivas ha dado forma a la forma en que el maquillaje se percibe y se utiliza en la sociedad contemporánea.

## *El Significado del Maquillaje para las Personas*

El maquillaje tiene un significado profundo para muchas personas en la actualidad. Para algunos, es una forma de aumentar su confianza y sentirse más seguros de sí mismos. Al resaltar sus rasgos faciales o corregir imperfecciones, las personas pueden sentirse más cómodas en su propia piel.

Además de la confianza, el maquillaje también es una forma de expresión personal. Cada persona tiene su propio estilo y preferencias cuando se trata de maquillaje. Al elegir colores y técnicas específicas, pueden mostrar su creatividad y personalidad. Algunas personas optan por un aspecto.

## *El Maquillaje como una Forma de Autoexpresión*

El maquillaje, para muchas personas, se ha convertido en una forma de autoexpresión. Ya no se trata solo de cubrir imperfecciones o seguir normas de belleza preestablecidas, sino de utilizar el maquillaje como una paleta de colores y texturas para mostrar quiénes son. Los hombres que usan maquillaje a menudo experimentan con diferentes estilos, desde looks sutiles y naturales hasta expresiones artísticas más audaces y creativas.

## *La Industria del Maquillaje para Hombres*

La creciente popularidad del maquillaje entre los hombres ha llevado a un aumento en la disponibilidad de productos diseñados específicamente para ellos. Marcas de cosméticos han lanzado líneas de maquillaje para hombres, que incluyen bases, correctores, delineadores y otros productos. Esta respuesta de la industria al cambio en la demanda refleja la creciente aceptación del maquillaje masculino.

## *Los Hombres en la Industria del Maquillaje*

Además del uso personal del maquillaje, también hemos visto un aumento en la participación de los hombres en la industria del maquillaje como maquilladores y artistas de belleza. Personalidades masculinas influyentes en la moda y la belleza han surgido en las redes sociales, rompiendo estereotipos de género y demostrando que la habilidad en el maquillaje no tiene género.

Por supuesto, puedo proporcionarte un ensayo breve que aborda las preguntas relacionadas con la multiculturalidad en la industria del maquillaje.

## *Impacto de la Representación de la Diversidad*

La representación de la diversidad en la industria del maquillaje tiene un impacto significativo en la sociedad. Las campañas publicitarias que muestran modelos de diferentes orígenes étnicos y culturales envían un mensaje poderoso de inclusión y aceptación. Esto no solo refuerza la autoestima de las personas de diferentes razas y etnias, sino que también contribuye a una mayor aceptación de la diversidad en la sociedad en su conjunto.

## *La Apropiación Cultural*

Sin embargo, es importante abordar el tema de la apropiación cultural en la industria del maquillaje. La apropiación cultural ocurre cuando elementos de una cultura son adoptados por otra sin respetar su significado original. En la industria del maquillaje, esto puede manifestarse en la comercialización de elementos culturales específicos, como tatuajes faciales o peinados tradicionales, sin comprender su importancia cultural. Para promover una representación multicultural auténtica, es esencial que las marcas eviten la apropiación cultural y trabajen en colaboración con comunidades culturales para comprender y respetar sus tradiciones.

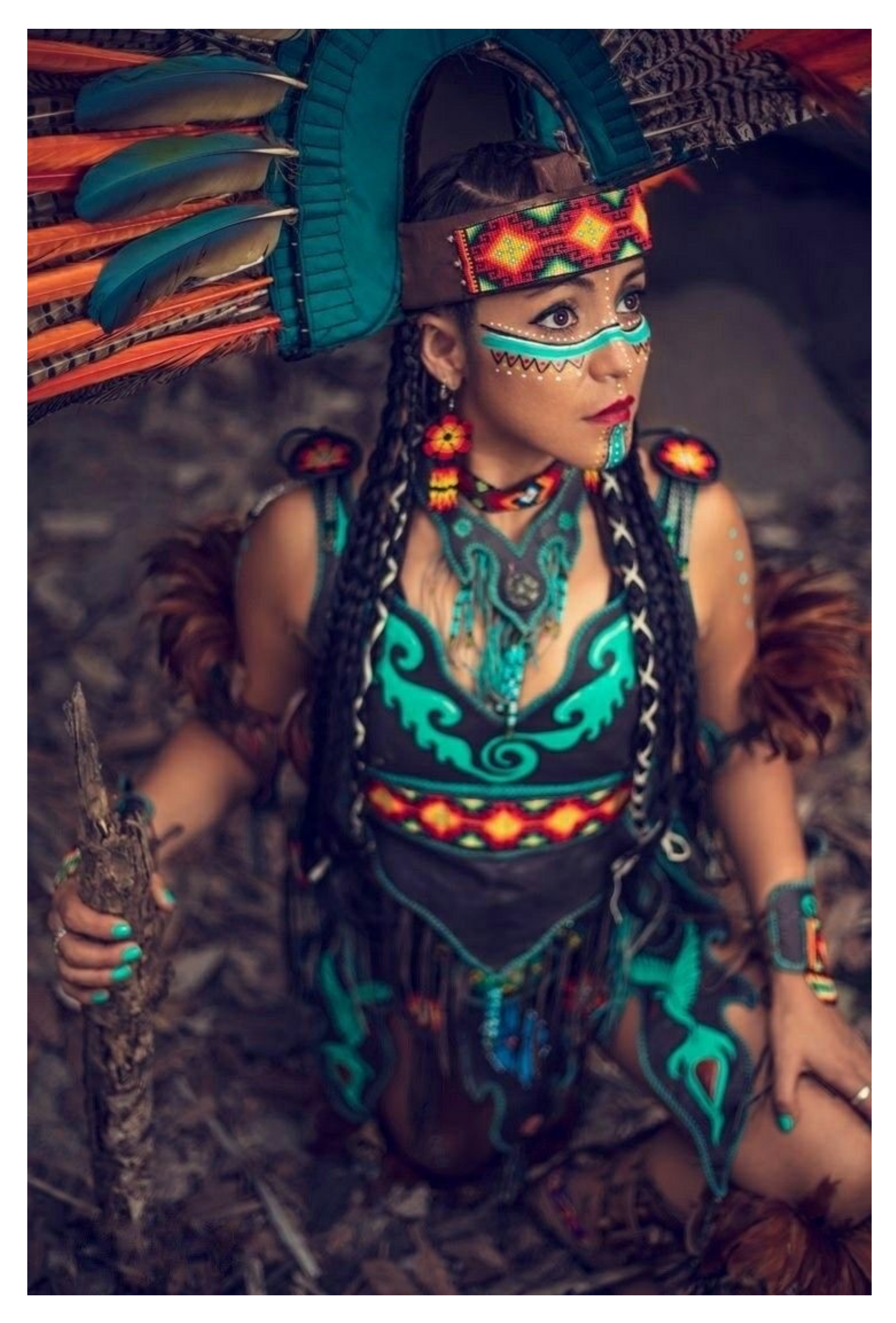
## *El Papel de la Educación*

La educación desempeña un papel crucial en la promoción de la multiculturalidad en el maquillaje. Los profesionales del sector deben recibir formación sobre la diversidad étnica y cultural para poder atender adecuadamente las necesidades de sus clientes. Además, los consumidores también deben estar informados sobre la importancia de la multiculturalidad en el maquillaje y cómo pueden apoyarla eligiendo marcas que se comprometan con la inclusión y la igualdad.

## *Conclusión*

El viaje del maquillaje desde su origen como una expresión cultural y tradicional hasta convertirse en una industria comercial floreciente ha sido un fascinante proceso de evolución. A lo largo de la historia, el maquillaje ha transitado desde su función inicial en rituales culturales hacia una herramienta de expresión individual y creativa. Factores como cambios en las normas de belleza, innovaciones tecnológicas en la industria cosmética, estrategias de marketing y la influencia de celebridades e influencers han contribuido a la comercialización masiva del maquillaje. La democratización de la belleza y la globalización han permitido que el maquillaje sea accesible para una audiencia diversa, transformándolo en una forma de arte personal y una expresión de identidad en la sociedad contemporánea. A través de esta evolución, el maquillaje ha trascendido sus raíces culturales para convertirse en una poderosa herramienta de empoderamiento y creatividad para personas de diversas culturas y contextos. la multiculturalidad en la industria del maquillaje es un fenómeno en constante evolución que refleja y celebra la diversidad en la sociedad. A medida que esta industria se adapta a las demandas de los consumidores y abraza la diversidad, tiene el potencial de desempeñar un papel significativo en la promoción de la inclusión y la igualdad. Sin embargo, es esencial abordar los desafíos de la apropiación cultural y priorizar la educación en esta área. La multiculturalidad en el maquillaje no solo se trata de productos y tendencias, sino de un reflejo de la riqueza de la sociedad en la que vivimos.

El maquillaje, en la actualidad, ha evolucionado más allá de las limitaciones de género y se ha convertido en una forma de autoexpresión y empoderamiento tanto para las mujeres como para los hombres. La aceptación del maquillaje masculino en la sociedad es un reflejo del cambio en nuestras actitudes hacia la diversidad y la igualdad. En lugar de cumplir normas rígidas de belleza, cada vez más personas utilizan el maquillaje para expresar su individualidad y sentirse seguras en su piel. Esto demuestra que el maquillaje es mucho más que una capa de colores en el rostro; es una herramienta poderosa para la autoexpresión y la autoaceptación en la sociedad moderna.



*Bibliografía*

*Maquillaje en Culturas – Marketing y comunicación perfumería y cosmética.* (s. f.). Marketing y Comunicación perfumería y cosmética. https://marketingcosmeticaperfumeria.wordpress.com/tag/maquillaje-en-culturas/

*Maquillaje, como una expresión cultural de hombres y mujeres.* (2018, 2 septiembre). Misitio. https://bouksinlimites.wixsite.com/bouk/post/maquillaje-como-una-expresi%C3%B3n-cultural-de-hombres-y-mujeres

Tahe, & Tahe. (2023, 10 noviembre). *La curiosa historia del maquillaje: de la prehistoria al siglo XXI*. Blog de Tahe. https://tahecosmetics.com/trends/historia-maquillaje/#:~:text=La%20historia%20del%20maquillaje%20comenz%C3%B3,era%20un%20rasgo%20de%20poder.

National Geographic. (2018, 9 agosto). *Breve historia del maquillaje - National Geographic en español*. National Geographic en Español. https://www.ngenespanol.com/el-mundo/como-surgio-el-maquillaje-historia-del-maquillaje/

# La Multiculturalidad en el FIC

Por Fernando Ulises Galán Quintanilla

Los testimonios de los participantes del 51 Festival Internacional Cervantino en Sonora y Estados Unidos destacan la importancia de este evento como una plataforma para promover la diversidad cultural y el multiculturalismo.

**Sonora**

Los participantes de Sonora coinciden en que el festival es una oportunidad única para mostrar su riqueza cultural a nivel internacional. La cobertura de los medios de comunicación es fundamental para difundir esta riqueza y producir el diálogo intercultural.

**Estados Unidos**

Los participantes de Estados Unidos también destacan la importancia del festival para promover la diversidad cultural. La participación de Estados Unidos en el festival es una oportunidad para mostrar la riqueza y diversidad de la cultura estadounidense.

La pregunta que se les hicieron a los participantes de las Casas representativas del país y estado invitaron fue:

**¿Qué papel crees que desempeñen los medios de comunicación en la difusión de su multiculturalidad y qué es lo que usted culturalmente hablando nos comparte en este festival?**

**SONORA**

**María, Hermosillo sonora:** es una venta única para mostrar nuestra riqueza sonorense, los medios de comunicación se están encargando de difundir nuestras tradiciones, música y danzas, así como la demostración de nuestros stands, de mezcal, cine y la pequeña recreación de nuestro desierto sonorense, así, es algo que a todos nos debe enorgullecer, porque no estamos dejando morir a lo que era antes México y así promovemos nuestra diversidad.

**Carlos, Cd Obregón sonora:** el FIC numero 51 nos da la oportunidad y libertad de mostrar nuestras herencias artísticas, claro ejemplo es nuestro apartado de vestimentas típicas, ahí hay gran historia y diversidad de nosotros y que significaban, ahora, agregando a los medios de comunicación, hace que tengamos una inmensa difusión para que se muestren

nuestras costumbres, la belleza de nuestro estado, solo quiero cerrar con que la multiculturalidad e un regalo que podemos dar y recibir para recordar nuestros pasados.

**Rosa, Nogales Sonora:** yo quiero recalcar que los medios de comunicación son clave esencial para hacer que Sonora, sea parte de un evento internacional y tan reconocido a nivel internacional, no solo da la vista de. Nuestras tradiciones, también fomenta el dialogo intercultural, el Festival es una plataforma y hasta cierto punto catapulta para unir personas de todo el mundo a través del arte, costumbres y cultura.

**ESTADOS UNIDOS**

**Jhon, Nueva York:** Como estadounidense, me sorprendió gratamente ver a Sonora en el Festival Cervantino ya que es un estado con una cultura inmensa y personas muy cálidas, en cuanto a la cobertura de los medios ha desempeñado un papel importante al presentarnos el rico tapiz cultural de México. Es un gran paso hacia el fomento del entendimiento intercultural, y así nosotros, estamos mostrando algo que nos caracteriza desde siempre, que son los deportes, en nuestra casa Estados Unidos, mostramos trofeos, casos, jersey y cinturones de campeones mexicanos, estadounidenses y de más lados, creo que puedo decir que Estados Unidos es la cuna de la potencia del deporte.

**Sarah, Los Ángeles:** La inclusión de Estados Unidos en el Festival Cervantino es una maravillosa oportunidad para mostrar la diversidad de la cultura estadounidense. La cobertura de nuestra participación ayuda a romper estereotipos y saca a la luz las diversas expresiones artísticas dentro de nuestra nación. Esto es una excelente manera de promover el multiculturalismo y también nos sentimos orgullosos de poder participar aqui, venir, ver su cultura, costumbres, es algo increíble, y debo de decir, que son personas muy cálidas, nos hacen sentir como en “familia”.

**Michael, Chicago:** Creo que el papel de los medios de comunicación en el Festival Cervantino es esencial para promover el multiculturalismo. No se trata sólo de mostrar arte de diferentes países sino también de fomentar el diálogo y las conexiones. La influencia de los medios es vital para hacer de este festival una verdadera celebración. de las culturas globales, quiero dar un agradecimiento por que mi país a sido invitado, así como a los mexicanos por los tratos que hemos recibido, no cabe duda que su cultura es muy extensa y ustedes, wow, son increíbles.

*A continuación, recalco algunos puntos que se me hicieron interesantes:*

*Sonora:* Los participantes de Sonora destacan la importancia de la cobertura de los medios de comunicación para difundir su riqueza cultural. Señalan que la cobertura del festival ha permitido a personas de todo el mundo conocer las tradiciones, música, danzas y costumbres de Sonora.

*Estados Unidos:* Los visitantes de Estados Unidos destacan la importancia del festival para promover la diversidad cultural estadounidense. Señalan que la participación de Estados Unidos ha permitido a personas de mexicanas y de otros países conocer la riqueza y diversidad de la cultura estadounidense.

El festival como una oportunidad para el intercambio cultural: Los participantes de ambos países señalan que el festival es una oportunidad para que personas de diferentes culturas se conozcan y compartan sus tradiciones.

El festival es como una plataforma para el diálogo intercultural: Los participantes señalan que el festival es una plataforma para el diálogo intercultural. La participación de diferentes países en el festival deja ver a las personas de todo el mundo sus diferencias y encontrar puntos en común para compartir y recordar por siempre. El festival como una celebración de la diversidad: Los participantes señalan que el festival es una celebración de la diversidad cultural. El festival reúne a personas de miles de culturas para exponer su riqueza y diversidad.

En conjunto, los testimonios muestran que el FIC es un evento que tiene un gran potencial de promover la diversidad cultural y el multiculturalismo, de una manera amigable, sin límites, polarización o temas de silencio.

En las siguientes páginas podrán apreciar algunas de las fotografías tomadas durante el Festival Cervantino 2023






SONORA
EXPERIENCIAS INOLVIDABLES
CICLO DE CINE
Y SET DE FOTOS

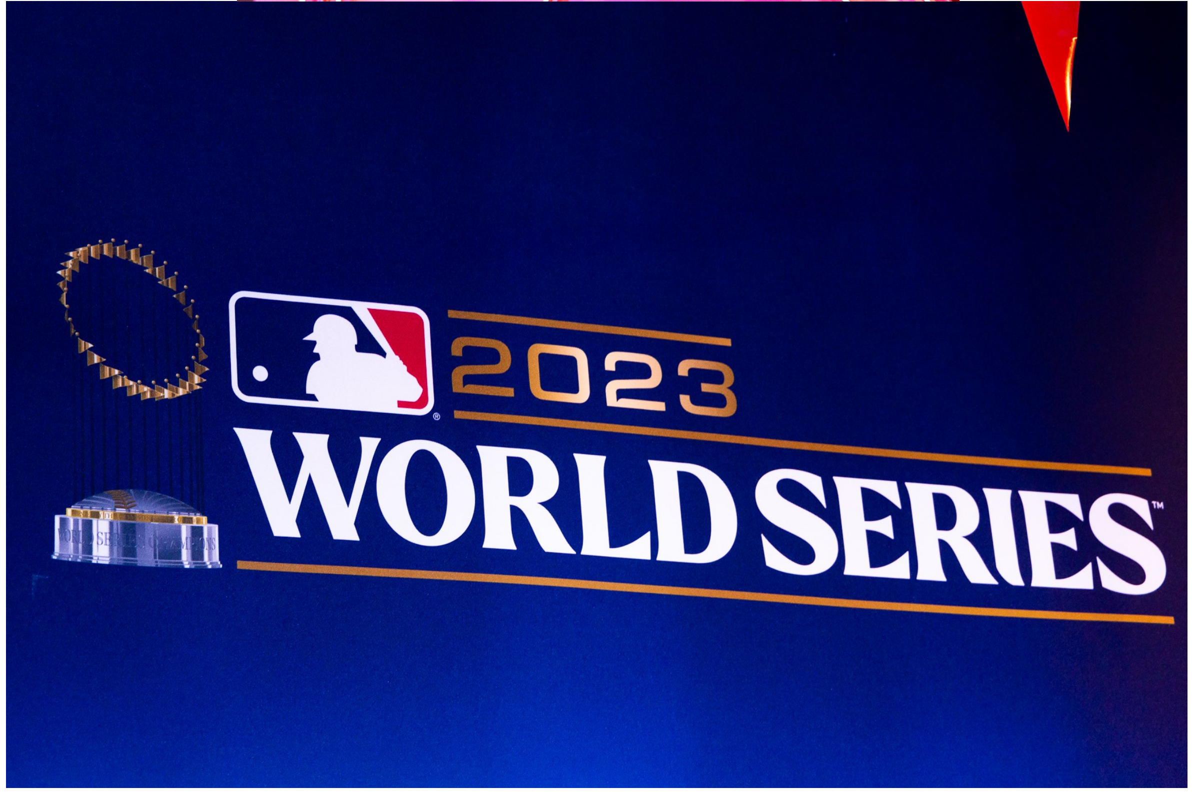

SO
EXPERIENC
JURAMENTO YAQUI
PARA TI NO HABRA YA SOL
PARA TI NO HABRA YA NOCHE
PARA TI NO HABRA YA MUERTE
PARA TI NO HABRA YA DOLOR
PARA TI NO HABRA YA CALOR
NI SED, NI HAMBRE, NI LLUVIA,
NI AIRE NI ENFERMEDADES NI FAMILIA...
NADA PODRA ATEMORIZARTE.
TODO HABRA CONCLUIDO PARA TI EXCEPTO
UNA COSA: EL CUMPLIMIENTO DEL DEBER,
EN EL PUESTO QUE SE TE DESIGNE. ALLI
QUEDARAS PARA LA DEFENSA DE TU NACION
DE TU PUEBLO, DE TU RAZA, DE TUS COSTUMBRES
¿JURAS CUMPLIR EL MANDATO DIVINO?
CON ESTAS PALABRAS LOS CAPITANES YAQUIS
OTORGAN LAS INVESTIDURA A LOS NUEVOS
OFICIALES QUE BAJANDO LA CABEZA
RESPONDEN:
HEWI (SI)




JURAMENTO
VENADO


PERIENCIAS INOLVI
LES
VESTIMENTA TRADICIONAL DE LA DANZA DEL VENADO


Rangers


2023
WORLD SERIES™


ROBERTO DURAN
WITH THE FIRST GENERATION WBC BELT
ROBERTO DURAN
CON EL PRIMER CINTURON OFICIAL
DE CAMPEON MUNDIAL DEL CMB
SUGAR RAY LEONARD
WITH THE SECOND GENERATION
WBC BELT
SUGAR RAY LEONARD
CON EL SEGUNDO CINTURON OFICIAL
DE CAMPEON MUNDIAL DEL CMB
JULIO CESAR CHAVEZ
WITH THE THIRD GENERATION
WBC BELT
JULIO CESAR CHAVEZ
CON EL TERCER CINTURON OFICIAL
DE CAMPEON MUNDIAL DEL CMB
MANNY PACQUIAO
WITH THE FOURTH GENERATION WBC BELT
SAUL ALVAREZ
WITH THE FIFTH GENERATION
WBC BELT
WBC
WORLD BOXING COUNCIL
WELTERWEIGHT
WORLD
CHAMPION


WORLD CHAMPION
WBC

2023
WORLD SERIES
#YOAMOELBEIS


Steelers


NFL
MEXICO
GAME
DALLAS COWBOYS



INVITADO DE HONOR
ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA
51
FESTIVAL INTERNACIONAL CERVANTINO
DEPARTMENT OF STATE
E PLURIBUS UNUM
UNITED STATES OF AMERICA